

ABSTRAKT

V této práci se zabýváme komplexitou sociální identity ve firemním prostředí a jejím vlivem na vnímanou vlastní účinnost jedinců. Na tento vztah nahlížíme v kontextu firemní hierarchie dvou identifikovaných skupin, a tedy skupinou BO (netechničtí a podpůrní experti) a skupinu FO (techničtí a businessoví experti), přičemž vnímaná prestiž skupin odpovídá rozdělení na skupinu s vyšším statusem (high-status group) FO a skupinu s nižším statusem (low-status group) BO. V teoretické části se zabýváme vymezením základních pojmů pro lepší uvedení do kontextu předkládané problematiky, jako je například teorie sociální identity, teorie sebe-kategorizace, vymezení skupin na in-group a out-group či statusové postavení skupin. Cílem snažení bylo zjistit, jaký je vztah mezi mírou identifikace s in-group a vnímanou self-efficacy, jak se projevuje vztah mezi identifikací s firmou jako celkem a vnímanou self-efficacy v kontextu low-status / high-status group a jaký je vztah mezi identifikací jedince s in-group a jeho identifikací s whole-group. Za tímto účelem bylo provedeno dotazníkové šetření v konkrétní firmě (N=64), za pomoci metod sledujících subjektivní vnímání sebe sama v meziskupinové situaci a pocit vnímané self-efficacy. Získaná data následně podrobujeme statistickému rozboru a jeho následné analýze, abychom mohli získaná zjištění interpretovat v uvedeném kontextu. Výsledky našeho bádání předkládáme v empirické části této práce, kde rovněž leží naše hlavní těžiště.

KLÍČOVÁ SLOVA

sociální identita; in-group identifikace; inter-group kontext; self-kategorizace; self-efficacy; hierarchie ve firemním prostředí